



TRABAJO FIN DE GRADO

La comunicación digital de ámbito local

¿Un futuro viable para periodistas?

Reportaje sobre la importancia de las nuevas tecnologías en el periodismo y el reflejo de en un medio de comunicación local

PERIODISMO

Autor

Francisco Vergara Alcázar

Tutor

Ángel Acosta Romero

REPORTAJE



La comunicación digital de ámbito local

¿Un futuro viable para periodistas?

La comunicación digital apoyada en las nuevas tecnologías y las redes sociales está situándose como elemento clave en las redacciones de los medios de comunicación. Hace tres años en Dos Hermanas, nació un periódico en papel que se ha reinventado aplicando estas nuevas herramientas hasta crear una televisión online.

Por **FRANCISCO VERGARA**

Emprender. Qué bonita palabra fue engendradora para aquellos valientes que ven una oportunidad de negocio en la vida. Vivimos tiempos difíciles respecto a la economía debido a la más que conocida crisis que azota al país. Además, si unimos esta crisis con el periodismo y el mundo de la comunicación, aún resalta más. Pero estas no fueron barreras suficientes para Dos Hermanas Info y sus creadores.

Verano de 2013, época perfecta para descansar o para dar forma a futuros proyectos con los que conseguir éxito. Y así fue, de la nada, Fran Vergara con tan solo dieciocho años, y Sergio Maya con veintidós, dieron los primeros pasos de un medio de comunicación que hoy puede presumir de ser líder en internet en su lo-

calidad con más de cien mil visitas mensuales.

Siempre es incómodo el nacimiento de un nuevo medio de comunicación, más aún cuando se trata de la ilusión de jóvenes que observan vacíos de información en su localidad. El poder

Las llamadas nuevas tecnologías eran el espacio idóneo para Dos Hermanas Info

siempre considera incómodo todo aquello que se le escapa de sus redes, esas redes que un inicio censuraron Dos Hermanas Info con un veto que poco duró debido a la repercusión que suscitó este medio.

Nacidos en octubre de 2013 de manera oficial, pusieron en marcha un periódico escrito en el barrio de Montequinto de tirada quincenal con dieciséis páginas. Una locura, especialmente cuando todo lo que rodea al mundo de la comunicación son voces que dan por perdido el papel y dan paso a las nuevas tecnologías. Poco después editaron su segundo periódico, de tirada semanal y mismas páginas, para toda Dos Hermanas. La locura se hizo aún mayor. Y efectivamente apenas seis meses duró en la calle debido a la falta de financiación y al poco apoyo de las empresas. Lógico también siendo un nuevo periódico, desconocido para muchos, y compartiendo mercado con otros dos semanales con más de

quince años de historia.

La ilusión con la que todo empezó estaba a punto de acabar. Pero lejos de bajar los brazos y abandonar un barco que aún se encontraba en el puerto sin zarpar, se reinventaron como si de un medio de comunicación a gran escala se tratase. Las llamadas nuevas tecnologías e internet eran el espacio idóneo para continuar con Dos Hermanas Info y la nueva forma de hacer periodismo en esta ciudad.

Twitter, Facebook... Ahí comenzó todo. Las redes sociales, una de las grandes pasiones de uno de los fundadores, fueron el perfecto mapa en el que trazar las rutas que recorrer para conseguir asentarse en un complicado mundo. Todo ello apoyado en una página web de noticias diarias que encon-

traban en las redes sociales, ese lugar donde arrastrar visitantes.

El primer objetivo era alcanzar las quinientas visitas diarias, una tarea difícil cuando se lanza una web sin posicionamiento SEO ni fuerza en redes sociales. A pesar del numeroso contenido generado, fue una ardua tarea conseguir una buena media de visitas. La adaptación al medio fue esencial junto al trabajo y formación en los diferentes campos.

Hoy día Dos Hermanas Info cuenta con una media de cien mil visitas mensuales, unas cifras que sitúan a este medio de comunicación líder en Dos Hermanas así como referente en el periodismo local en internet. Cuenta con más de quince mil seguidores entre las diferentes redes sociales. La ruta trazada por los jóvenes tuvo la creación de un segundo carril, siempre en la misma dirección, que llamaría poderosamente la atención por su innovación así como por la necesidad generada en la ciudad.

La creación de una televisión. Sólo leer esta frase ya conmueve a todos debido a su complejidad así como por los medios necesarios y las escasa experiencia de sus promotores. Pero hoy día, en contra de lo que muchos pensaban, se encuentra asentada de tal manera que trabaja para las televisiones locales de Sevilla introduciendo contenidos de Dos Hermanas en la misma capital. También retransmiten encuentros deportivos de toda índole por streaming y TDT a través de diferentes acuerdos puntuales que posicionan a la localidad nazarena en el amplio mapa de las televisiones. Actualmente la parrilla de programación consta de tres programas semanales que pueden ser cada día seguidos en su página web. Toda una proeza tratándose de jóvenes sin medios de financiación a priori y siempre trabajando a través de la publicidad de las diferentes empresas que apuestan por ellos.

La oportunidades de la comunicación local en Dos Hermanas

Dos Hermanas es una localidad con ciento treinta mil personas censados, se encuentra entre las diez poblaciones con mayor número de habitantes de Andalucía. Pero a pesar de su amplia extensión, no cuenta con un gran número de medios de comunicación. Nos remontamos a 1985 cuando nace el periódico El Nazareno, el medio más longevo del pueblo de Dos Hermanas. Posteriormente nacería el periódico La Semana que cuenta con más de quince años de historia. Estos dos medios de comunicación han realizado una adaptación a las nuevas tecnologías recientemente ya que sólo contaban con el periódico en papel que se reparte de manera gratuita cada semana. Actualmente se encuentran con menos números de seguidores así como de visitas en sus páginas webs, respecto a Dos Hermanas Info, así como en los inicios de este medio de comunicación, sólo La Semana tenía página web aunque su utilidad era la misma que el periódico escrito ya que solo actualizaba



Los programas especiales son el punto fuerte de la televisión online alcanzando varios miles de espectadores gracias a las redes sociales

cada semana con las mismas noticias que se generaban para el papel, salvo contadas excepciones. Por otra parte El Nazareno se encontraba con una página en Facebook donde difundía el periódico de manera gratuita a través de la plataforma Calameo así como otras noticias sueltas de interés.

Al nacimiento de Dos Hermanas Info en internet, ya existía un medio de comunicación nativo en este campo. No es otro que Dos Hermanas Diario Di-

Dos Hermanas contaba con un gran déficit en información audiovisual al no existir televisión

gital dirigido por el reconocido periodista Francisco Gil Chaparro y creado en 2011. En cuanto a la difusión radiofónica, la localidad nazarena siempre ha contado con varios medios en este campo destacando Radio Estrella y Radio Realidad que desaparecieron

hace ya más de diez años. Actualmente D-Radio en el dial 99.1 FM es la única radio existente en Dos Hermanas ocupándose tan solo de la difusión cultural. Está dirigida por el periodista Carlos Morillas que compatibiliza con ESRadio su ocupación.

A nivel televisivo, Dos Hermanas no cuenta con ninguna televisión TDT. Desde el apagón analógico que terminó con Televisión Nazarena, ninguna otra empresa ha puesto en marcha un medio de comunicación televisivo. Hasta hace un año, la frecuencia de este canal era utilizada por la cadena Ondaluz Sevilla y podía encontrarse en el canal 34 de la TDT. Actualmente se encuentra sin utilidad tal y como confirma su propietaria.

Por ello, Dos Hermanas contaba con un gran déficit a nivel de información audiovisual y contenido debido a la inexistencia de productoras o televisiones que se encargaran de captar y guardar todos los momentos. Atrás

quedaron los tiempos de Tele Oripipo o TeleCable Dos Hermanas, televisiones que mostraban una amplia gama de contenidos de todos los ámbitos en sus canales analógicos. Esta fue la gran oportunidad de mercado que Dos Hermanas Info aprovechó creando la televisión local.

Sergio Maya, codirector de Dos Hermanas Info, explicó en la entrevista los inicios del medio de comunicación recordando las dificultades que habían tenido para asentarse en la ciudad. En referencia al público que consume este medio de comunicación tras el cierre de papel, Sergio explica: "En un principio vimos como podíamos encontrar nuestro nicho de mercado formando un periódico escrito independiente y que fuese crítico con el gobierno local, ya que tanto el Nazareno como la Semana no son tan críticos y se centran más en las noticias culturales. Al ver que era deficitario el papel, pasamos a la web dónde vimos que era más fácil compe-

tir al no haber ningún medio consolidado, aunque sin duda el embarcarnos en la televisión online fue lo que nos ha abierto de verdad nuestro nicho de mercado, ya que somos el único medio que ofrece contenido audiovisual en Dos Hermanas.”

El miedo a un medio de comunicación

Los inicios no fueron fáciles. Suena a tóxico pero se multiplican las barreras al ser un medio de comunicación. Existe verdadero terror a la información por parte de aquellos que mueven este mundo día a día. Y también ocurre en información local. Nació Dos Hermanas Info en formato periódico escrito, toda una proeza por aquellos años de plena crisis, aún peor que ahora aunque pueda parecer utópico. “Distrito Montequinto” se llamó aquel quincenal que sólo era repartido por el barrio de Montequinto. Aquél octubre de 2013 fue el inicio de lo que hoy es el medio de comunicación de Dos Hermanas líder en internet. Con una acogida muy positiva, dio pie a que poco después, en febrero, naciese el periódico semanal “Dos Hermanas Info”.

“Distrito Montequinto” era un periódico quincenal compuesto por dieciséis páginas (ocho a color y ocho en blanco y negro) con una tirada de tres mil ejemplares. Por otra parte, “Dos Hermanas Info” fue un periódico mensual con las mismas características que el anterior y una tirada de cinco mil ejemplares. Era repartido de manera gratuita en los diferentes establecimientos de Dos Hermanas.

La financiación era la gran incógnita y fue el motivo por el que en mayo decidieron acabar con el papel. Siete meses de idas y venidas, viviendo únicamente de la publicidad de las empresas privadas. Una quimera que finalmente terminó con el periódico al no ser rentable.

El Ayuntamiento vetó en sus comienzos a Dos Hermanas Info de ruedas de prensa

Pero lo más complicado fue la lidia con el consistorio nazareno así como las fuerzas políticas. En principio, el Ayuntamiento de Dos Hermanas vetó a este medio de comunicación en algunas ruedas de prensa. También en el Teatro Municipal donde no pudieron cubrir en sus inicios los eventos que allí se desarrollaron. Finalmente sólo fue durante unas semanas hasta que fueron conscientes del poder de la comunicación y de lo contraproducente que supuso cuando Dos Hermanas Info sacó en su periódico el veto del Ayuntamiento. Las otras fuerzas políticas aprovecharon esta situación como arma política. El miedo a un medio de comunicación no controlado por las fuerzas públicas se hizo patente en Dos Hermanas.

Fue un duro golpe el final del papel pero quizás fue la lección para comenzar en internet. Bajo el lema “la nueva era de la comunicación” nacieron con mucha fuerza en redes sociales lo cual generaba un interesante binomio con la web subiendo puestos en el ranking Alexa (ranking mundial de webs) con celeridad.

Las barreras fueron las grandes trabas para llegar hasta donde hoy se encuentra Dos Hermanas Info, Sergio Maya explicaba que han sido tres las principales barreras localizadas, las cuáles estuvieron a punto de hacer que este proyecto no continuara adelante: “La primera barrera

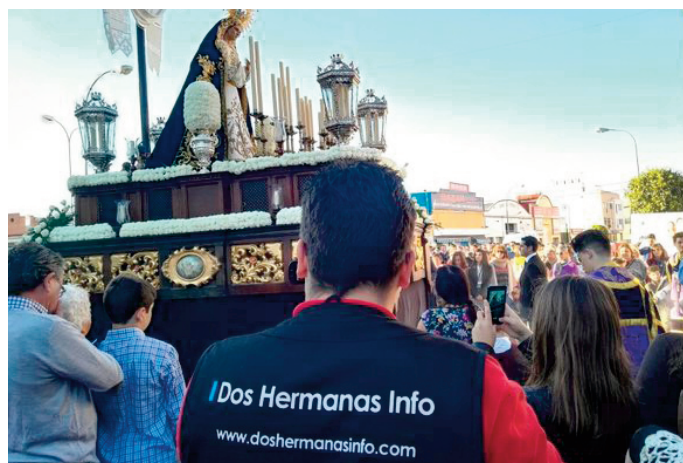
necesarios a tiempo para instalar los andamios para la Semana Santa 2015, o no permitimos la entrada en el Teatro Municipal, por ejemplo, por no estar consolidados. Se está superando esta barrera poco a poco y a día de hoy ya no sufrimos estas dificultades aunque todavía



Grabación del programa ‘Entrevista2’ en casa de Rafael Lugo, futuro periodista



Equipo de Dos Hermanas Info TV que retransmitió la Semana Santa 2016 por TDT



Las cámaras de Dos Hermanas Info se encuentran en todos los actos de la localidad nazarena

y principal ha sido la de la financiación. Los comienzos siempre son duros y el arrancar cuesta, y más si nadie te conoce y habiendo una competencia tan dura y con tanto tiempo en el municipio. Gracias a nuestro trabajo diario y a los eventos retransmitidos hemos sido capaces de ganarnos la confianza de varias empresas para que apuesten por nosotros. La segunda barrera fue el propio Ayuntamiento. Trabas por no ofrecer información requerida, no concedernos entrevistas, por no ofrecer los permisos

nos cuesta algunos asuntos.

Otra dificultad ha sido el encontrar un equipo de trabajo que sienta pasión por el periodismo y que esté capacitado para desempeñar una buena labor, pero por suerte todos nuestros compañeros han sido grandes profesionales y muy involucrados en el proyecto.”

Reinventarse o morir: internet

En el mundo del periodismo y la comunicación es una de las frases más pronunciadas, y en Dos Hermanas Info se llevó

a gala para dar un giro de ciento ochenta grados al medio de comunicación. Tras el fracaso del papel al no poder cubrir los costos, los directores decidieron nacer en internet basándose en el trabajo en redes sociales.

Para el crecimiento en este campo es necesaria una formación que te haga gestionar de manera correcta las redes sociales, sino se pueden volver contraproducente. Y así fue, nació en Twitter @2hermanasinfo y @ElDistrito_, dos cuentas que hoy día reúnen más de diez mil seguidores colocándose como líderes en Dos Hermanas. Igualmente en Facebook, la página Dos Hermanas Info es líder en seguimiento en la localidad.

Las redes sociales son el escenario perfecto para llevar a cabo la web 2.0 basada en la interacción de los usuarios.

El gran avance y consolidación de Dos Hermanas Info fue la televisión online

Son muchas las personas que hacen llegar sus comentarios, inquietudes o noticias a través de estos canales de comunicación.

Pepe Santos, fundador de Blogosur, una agencia de comunicación sevillana basada en el trabajo en redes sociales principalmente, lo tiene muy claro en este campo: “Importancia toda y más aún. Hace poco me dijo un director de un reconocido medio de comunicación que las noticias tienen que lanzarse primero en Redes Sociales, luego en la web y por último en prensa. Como vemos la importancia de las redes es prioritaria en la comunicación actual de cualquier medio”. Igualmente, Pepe Santos reconoce al ser entrevistado, que los medios de comunicación deben tener una persona especializada en redes sociales: “Un medio de comunicación no se puede permitir tener al frente de sus redes sociales a trabajadores que no están profesionalizados en esta materia 2.0. Un medio que no tenga una estrategia digital establecida difícilmente podrá tener éxito en la era en la que vivimos.”

Otra de las grandes cuestiones en las redes sociales se torna sobre la importancia de ser periodista o tener conocimiento de marketing para llevar un correcto manejo de las redes. Consultado con Pepe Santos, experto en redes, lo explica: “Son un poco de las dos cosas. Tienen parte de periodismo (enviar y compartir información) y también buena parte de Marketing (hay que saber comunicar, no todo vale). La clave del éxito en las redes está precisamente en saber combinar periodismo o información y Marketing. Si tienes una buena noticia y encima sabes comunicarla de forma atractiva ¿eres el rey!”

Pero el gran avance y consolidación de Dos Hermanas Info fue la televisión online. Era la diferencia frente a los otros medios de comunicación de la localidad. En septiembre de 2014, Dos Hermanas Info, tras diversas pruebas en eventos deportivos la temporada anterior, decide llevar a cabo por internet la primera retransmisión streaming. En concreto fue



La Semana Santa de 2015 de Dos Hermanas fue la primera retransmitida al completo por TDT de la historia

la salida extraordinaria de la Hermandad del Cautivo de Dos Hermanas, un evento perfecto para dar inicio a las emisiones sabiendo siempre que el mundo cofrade es muy consumido en Sevilla y provincia.

Con un éxito rotundo siendo seguido desde más de veinte países y cerca de mil personas en total comenzó la andadura televisiva de este medio de comunicación. Tal es así, que tan solo un mes después emitieron por internet el especial de la Romería de Valme. Apoyado por más de quince empresas en sus inicios, todas

privadas que veían en este espacio, un lugar idóneo para anunciarse. La Romería fue emitida en redifusión por TDT en el canal Ondaluz Sevilla.

Todo comenzó a rodar bajo el apoyo de empresas privadas, como venía sucediendo durante el periódico en papel. Y en febrero de 2015 nace de manera continuada la televisión por internet, Dos Hermanas Info TV. Hasta entonces, las emisiones se basaban en especiales pero a partir del nacimiento de la televisión online se desarrolla una programación semanal con programas temáticos.

Dos Hermanas tenía y tiene ganas de una televisión. Son muchos los eventos y las noticias que se suceden en la localidad y no son cubiertas de manera video gráfica. Esta televisión comenzó con tres programas semanales: Semana Santa, deporte y entrevistas. Especialmente seguido es el de temática cofrade debido a la cantidad de documentos audiovisuales que son emitidos.

La Semana Santa de 2015 fue la primera retransmitida al completo por televisión desde el apagón del sistema analógico y el paso a TDT. Volvieron las

emisiones de las cofradías nazarenas, una de las Semana Santa más ricas de la provincia de Sevilla. Pudo seguirse a través del streaming en la web de Dos Hermanas Info así como en redifusión al día siguiente justo antes del comienzo de la emisión de la Semana Santa de Sevilla en el canal TDT 8TV Andalucía. De esta forma, Dos Hermanas fue vista en todas las regiones andaluzas, exceptuando Huelva donde no tiene señal 8TV.

Igualmente, tras el éxito de la Semana Santa, el Rocío de Dos Hermanas pudo verse en El Correo TV. De esta forma, Dos Hermanas Info TV llega a acuerdos puntuales con las televisiones locales para emitir el contenido de la localidad nazarena en la TDT.

Anteriormente realizó lo mismo con los partidos del Real Betis FSN, en su temporada en Segunda B, siendo emitidos por 8TV Andalucía bajo la producción de EnVerdiblanco.

El hoy es el fruto de mañana

Dos Hermanas Info vive actualmente el mejor momento desde su nacimiento en 2013. Tras la Semana Santa de 2016 y la participación de más de cuarenta empresas con sus patrocinios, este medio de comunicación se ha consolidado en la localidad nazarena. El pasado mes de

En mayo alcanzaron la cifra más alta con 191.535 visitas y 75.000 usuarios únicos

mayo alcanzaron la cifra más alta de visitas con 191.535, un asombroso record teniendo en cuenta la demografía. Fueron más de 75.000 usuarios únicos los que consultaron Dos Hermanas Info.

Sus dos patrocinadores principales, Subaru y Hotel TRH La Motilla, copan la cabecera así como en el lateral participan cerca de diez empresas. Tienen una media de ocho noticias diarias de toda índole. Alcanzar diariamente más de diez mil personas a través de Facebook según las estadísticas arrojadas por esta red social.

Estos datos contrastan con la opinión de Pepe Santos sobre la importancia que toman las redes sociales y el llamado 'periodista digital' hoy día: "Pues más que hacer daño pienso que todo lo contrario. El periodista digital es hoy día el más demandado. Y si eres periodista y no te reciclas, tendrás pocas salidas laborales. Los 'todoterrenos', aquellos que dominan distintas materias digitales, son y serán los periodistas que ocupen los mejores puestos en los medios de comunicación."

La próxima temporada esperan lanzar una fuerte apuesta deportiva con mucho contenido audiovisual merced a los acuerdos alcanzados con diferentes entidades deportivas. Igualmente, tal y como Sergio Maya explicaba en la entrevista: "Creo que podemos exportar este modelo a otros municipios".

Igualmente, fruto del acuerdo alcanzado con Ondaluz Sevilla para la difusión de los contenidos a través de la TDT, aumentarán los programas especiales así como la mutua colaboración.

MEMORIA

Trabajo Fin de Grado

La comunicación digital de ámbito local

¿Una futuro viable para periodistas?

Francisco Vergara Alcázar

Grado en Periodismo

16 de junio de 2016

Tutor: Ángel Acosta Romero

Índice

1. Introducción.....	3
2. Justificación del tema.....	4
3. Antecedentes y contexto del tema	7
4. Objetivos y metodología.....	9
5. Fuentes consultadas.....	12
6. Bibliografía.....	15
7. Anexo 1.....	16
8. Anexo 2.....	19

Introducción

El trabajo fin de grado tiene como función básica la muestra de las competencias adquiridas durante la titulación para la inserción en el mercado laboral. Por ello, la elección de este trabajo es de tipo práctico, en concreto la realización de un reportaje. Además de la propia redacción, también es maquetado, dado que es uno de los aspectos más trabajados durante los cuatro años del grado en Periodismo en la Facultad de Comunicación.

Además el objeto de este reportaje basado en la creación de un medio de comunicación está directamente relacionado, tratándose de una de las prácticas trabajadas en la asignatura “Organización de empresas periodísticas” donde se estudia la creación y gestión de dicha empresa. Tras tres años han situado el medio entre los referentes en el ámbito local.

Este reportaje está basado en el emprendimiento de dos jóvenes de dieciocho y veintidós años que crearon un medio de comunicación en Dos Hermanas hace más de tres años, cuando la crisis más azotaba el mercado español. Su historia es interesante por el perfil de jóvenes emprendedores y por el crecimiento de un medio de comunicación que ahora está situado en primer lugar en Dos Hermanas en internet así como han puesto en marcha la televisión online realizando retransmisiones en directo de diferentes eventos tanto a nivel web como a nivel televisivo llegando a acuerdos puntuales con otras televisiones que operan en la TDT.

El reportaje refleja el recorrido realizado y las barreras encontradas durante estos años. También la evolución del periodismo en papel a las nuevas tecnologías, especialmente la web 2.0 y las redes sociales. La televisión online vía streaming así como a la carta, juegan un papel clave en Dos Hermanas Info. Su creación y la implantación de un modelo televisivo que hoy día ya se lleva a cabo en otros medios de comunicación.

Igualmente se expresa la experiencia de la contraposición del poder municipal a la creación de un nuevo medio de comunicación en el cual no tiene participación

económica y que por ende, no puede controlar de manera directa como otros medios de comunicación de Dos Hermanas.

Hoy día, existe un debate abierto sobre el futuro de la comunicación debido a la situación que sufre en estos momentos. Las nuevas tecnologías juegan un papel importante y cada vez son más los medios que apuestan por esta nueva forma de comunicar y actualizar el canal de transmisión. Otros, ven en las nuevas tecnologías una herramienta con la que avanzar pero no el canal en cuestión para llevar a cabo el trabajo.

Dos Hermanas Info es la imagen de la reinención de un medio de comunicación tras el fracaso en papel y el éxito posteriormente con la aplicación de las nuevas tecnologías.

Justificación del tema

Estamos ante uno de los temas más debatidos en esta época: las nuevas tecnologías y el emprendimiento. El nacimiento de nuevas vías de comunicación ha generado un panorama muy diferente en el periodismo que lleva a la innovación y al germen de nuevas empresas que aplican estas técnicas. A todo esto, le unimos la actualidad marcada por la crisis y la búsqueda del ahorro de costes, un tema que puede ser llevado a cabo con estas nuevas herramientas y su optimización.

Más en concreto, el tema en cuestión gira sobre el medio de comunicación local “Dos Hermanas Info” que nació como periódico en papel y tuvo que cerrar precisamente por el tema de costes que no eran cubiertos con la financiación privada de las empresas. Por ello, tuvieron que buscar una salida alternativa, reinventándose en internet a través de un portal web que hoy día es líder en internet con más de 190.000 visitas mensuales. Todo esto fue posible gracias a las redes sociales. A partir de ahí nace también la televisión online con retransmisiones en streaming, gracias a los nuevos sistemas de emisión que son utilizados también para introducir estas emisiones en la televisión convencional a través de las cadenas locales.



Por ello, estamos ante un tema de principal interés en el periodismo. Si analizamos por partes:

-Nuevas tecnologías y su tratamiento: Fundamental en el funcionamiento actual de los medios de comunicación, aquí englobamos a las redes sociales que se han convertido en la principal vía de tráfico de las páginas webs generando muchas visitas que pueden ser monetizadas. Además, tras la caída del formato en papel, las empresas se están adecuando a internet, ya no solo a nivel web sino creando nuevos formatos. La comunicación a través de internet lleva consigo un trabajo especializado para la correcta optimización. Especialmente cabe destacar el trabajo en SEO, definiéndolo como la práctica activa de la optimización de un sitio web mediante la mejora de aspectos internos y externos con el fin de aumentar el tráfico que una página web recibe desde los motores de búsqueda. Es un aspecto esencial en la edición de un sitio web y requiere una especialización concreta en ello.

Por otra parte, destacamos las redes sociales, las cuáles se han erigido como la principal vía de tráfico de los sitios webs. Esto genera la figura del “Community Manager” el cual es el gestor de estas redes, lleva consigo un trabajo en comunicación y marketing. Es el encargado de generar la identidad virtual del medio. Todo esto, forma parte de la actualidad de las empresas periodísticas. Además estamos ante la creación de un medio de comunicación basado en todos estos aspectos.

Por último, incluimos aquí la nueva forma de realizar televisión a través del streaming. Este sistema es mucho más económico y posibilidad una emisión en HD de máxima calidad. Dos Hermanas Info empezó realizando sus retransmisiones a través de internet y actualmente está emitiendo para cadenas de televisión convencionales por TDT.

-Emprendimiento y creación de una empresa periodística: La creación de nuevos medios de comunicación siempre conlleva un gran trabajo detrás, más aún cuando se trata de gente joven, y en este caso, con los dieciocho años recién cumplidos. Además entra en juego el concepto de “autónomos”, un aspecto que tal y como desprende el informe de la FAPE referente a 2015, cada vez se da más en el mundo de la comunicación debido al denominado “ahorro de costes” a los que las empresas periodísticas se están ajustando día a día. Dos Hermanas Info nació como una Sociedad Civil para posteriormente en septiembre de este presente año, dar el salto a Sociedad Limitada debido a los ingresos generados.

En definitiva, son temas de relevancia a nivel periodístico debido a la actualidad que gira en torno a la profesión. Aquí podemos observar el trayecto desde el papel hasta la adaptación a los tiempos actuales a través del emprendimiento de dos jóvenes.

Antecedentes y contexto del tema

Situados en 2013, una etapa muy complicada en la economía española. Una primera mitad marcada por la incertidumbre y los coletazos de la recesión más profunda sufrida en la reciente historia del país. Y una segunda etapa de la crisis donde algunos ya observaban esperanzadores síntomas de una posible recuperación. Parecía haber tocado fondo una crisis que se estaba haciendo (y aún la tenemos presente) muy dura. Entre 2008 y 2012 se destruyeron casi 1,9 millones de empresas en España, más del 99,5 por ciento de ellas con menos de 20 asalariados, frente a la creación de 1,7 millones de empresas, a pesar de la grave situación del desempleo en España. Teniendo únicamente en cuenta a los jóvenes empresarios, la situación de España se vuelve especialmente dramática durante esta etapa de la crisis, registrando una caída en el número de empresarios de 15 a 39 años de más del 30 por ciento desde 2007 a 2012.

En este contexto, la palabra emprendimiento tomó mucha fuerza, se aprueba la Ley 14/2013 el 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. Todo gira sobre el emprendimiento y la generación de empleo. Una de las medidas para los jóvenes fue la creación de la denominada “tarifa plana” donde el coste del autónomo sería de 50 € para los nuevos emprendedores jóvenes durante los primeros seis meses, subiendo progresivamente por tramos en los siguientes meses durante dos años, hasta alcanzar el precio que actualmente se paga por ser autónomo en España.

Más concretamente, centrado en los medios de comunicación, el Estudio General de Medios de febrero a noviembre de 2013 desprende datos poco esperanzadores sobre el papel. La audiencia de los diarios desciende casi cuatro puntos respecto a 2012 situándose en 32,4 por ciento. También baja la audiencia de los suplementos y revistas. La línea descendente se confirma como en años anteriores y el papel parece buscar el fondo poco a poco. Ya hay medios de comunicación que dejaban entrever el oscuro futuro de las publicaciones en papel. Especialmente se agrava la situación de los periodistas de medios de comunicación impresos ya que se une la crisis económica con la crisis del formato papel.

Por otra parte, en este mismo estudio, la mayor subida la tienen los medios en internet con un ascenso de siete puntos en su audiencia situándose en 53,7 por ciento. De esta forma, los medios en internet abren una brecha mayor con los medios tradicionales en cuanto a comunicación. Se encuentran por debajo de la televisión y quedan situados a poco menos de diez puntos de la radio que se mantiene respecto al año anterior.

En cuanto al perfil de la audiencia, el Estudio General de Medios arroja unas cifras muy significativas que marcan el futuro de los medios de comunicación. El público que consume los medios impresos es generalmente mayor de 35 años aunque el porcentaje queda muy igualado con un 30 por ciento de media en los tramos analizados a partir de dicha edad. En cambio, en internet observamos cómo más del 80 por ciento consume a través de este canal. De esta forma se puede observar la sustitución paulatina de los medios digitales en detrimento de los medios impresos.

Esta crisis agravada en la comunicación es justificada en datos a través del informe de la profesión realizado por la FAPE (Federación de Asociaciones de la Prensa de España). En concreto tomamos como referencia el informe realizado en 2015, cuando se frena en cierta manera la caída de puestos de trabajo en referencia al periodismo, siendo los datos muy malos, aunque con un halo de esperanza al que se aferran muchos profesionales.

En paro registrado, descendió en 2015 en un 8 por ciento situándose en 8680 personas, aunque hay que destacar que esta cifra es para aquellos parados que marcaron la primera opción de periodismo en la Oficina de Empleo, por lo que aquellos que lo tengan de segunda opción o hayan trabajado de periodista siendo otra su preparación, no aparecen en estas cifras. En cuanto a sexos sigue la gran diferencia situándose en un 64 por ciento el paro registrado en mujeres y un 36 por ciento en hombres.

Otro de los datos a destacar es la “autonomización”, es decir, cada vez son más los periodistas que no son contratados en régimen sino que trabajan de forma

autónoma, siendo ésta la forma de trabajar con las empresas. De primera mano, he podido comprobar como varios compañeros de ABC de Sevilla son autónomos a pesar de que se encuentran en plantilla del citado periódico y ejercen sus labores como cualquier otro compañero. La mayoría de contratos que realizan hoy día son a personas autónomas para ahorrar costes. Esto se une al alto costo de la cuota de autónomo que complica aún más el trabajo y la “supervivencia” de los periodistas en el mercado laboral.

El 65 por ciento de los periodistas están convencido de que el futuro del periodismo pasa por la condición de ser autónomo, según desprende este informe de 2015.

En general, el contexto está marcado por la crisis y la caída de los medios impresos, especialmente los de pago, ya que otros como el periódico 20 minutos, mantiene sus datos de tirada diaria gracias a su gratuidad. Los medios de comunicación nativos digitales están emergiendo y cada vez son más los que apuestan por este nuevo formato, adaptando todo lo denominado “clásico” a las nuevas tecnologías consiguiendo estar acorde con la actualidad.

Objetivos y metodología

El objetivo principal de este reportaje es conocer el emprendimiento de primera mano y la aplicación de las nuevas tecnologías en el periodismo. Además, al estar ante un medio de comunicación que comenzó en papel , dio paso a la web y creó una televisión online, trabajamos diferentes aspectos del periodismo.

En cuanto a la aplicación de las nuevas tecnologías, conocer el uso que pueden tener en un contexto donde la opinión estaba dividida y eran muchos los que no veían su aplicación directa. Actualmente el principal tráfico que recibe una web proviene de las redes sociales según los últimos datos ofrecidos por Google Analytics, herramienta de la empresa Google para estudiar el tráfico de una web y su comportamiento.

Además, el ahorro de costes es una de las mayores preocupaciones de las empresas periodísticas debido a la crisis que padecemos. Actualmente con las nuevas tecnologías y la aplicación correcta de ellas, podemos ahorrar muchos costes, especialmente en televisión.

Cada vez son más las cadenas televisivas que apuestan por este nuevo sistema de emisión basado en una conexión 4G o fibra óptica, lo cual viene a sustituir a los denominados “enlaces” por satélite, unas conexiones de altos costes que limita mucho las competencias y la operatividad de una empresa periodísticas, más en concreto las locales donde el presupuesto es limitado.

Para cumplir los objetivos marcados, nos ha parecido que el género periodístico más adecuado es el reportaje, aunque en su desarrollo también se han utilizado otros géneros como la entrevista. En ambos casos, pretendemos demostrar que durante la carrera académica se han asimilado las competencias básicas del título de Periodismo, que es el sentido y la finalidad básica de un Trabajo Fin de Grado. El tema anteriormente detallado merece un reportaje en profundidad donde poder desarrollar todos los aspectos que muestra. Además, para mayor exactitud y teniendo en cuenta las competencias adquiridas, la entrevista tiene especial relevancia para la consulta de fuentes.

Tenemos en cuenta la elección del reportaje como género periodísticos para la realización de este trabajo fin de grado en función de los objetivos marcados, dada las características de este género. Tal y como refleja el libro editado por Antonio López Hidalgo en referencia a los géneros, este género reúne todo lo necesario para reflejar y desarrollar el tema en cuestión. Más en concreto, gracias al reportaje podemos profundizar en el tema, utilizar otros géneros en su interior para conseguir mayor información y un reportaje más completo, y aportar datos y experiencias que nos den una visión completa del tema que se plantea. Además en referencia a su redacción, podemos utilizar un lenguaje más creativo que atraiga al lector.

Por otra parte, el género más utilizado dentro del propio reportaje ha sido la entrevista. Tenemos en cuenta que este tema requiere de la exposición de la

experiencia de los protagonistas, se ha utilizado este género para profundizar en el tema y conocer de primera mano. También para cuestionar acerca de los propios conocimientos de los entrevistados. Dos de estas entrevistas se han realizado más extensas debido al interés que suscitaban para este reportaje.

El primer problema para comenzar el reportaje es la presencia del autor en la historia a relatar, de tal manera se plantea la opción de realizarla de manera autobiográfica usando la primera persona. Pero finalmente, se decide realizar en tercera persona, desde una posición ajena al propio relato. Igualmente, los conocimientos adquiridos durante el grado, te recomiendan a realizarlo así.

Debido a los diferentes epígrafes planteados para realizar el reportaje, ha sido necesario la consulta de diferentes fuentes tanto a nivel de experiencias como a nivel técnico y conocimientos. Algunas de estas fuentes, han requerido una entrevistas más a fondo por su contenido, las cuáles están adjuntado al final de la memoria en los anexos.

También ha sido necesario la consulta de libros y referencias web que han sido detalladas al final de la memoria. Especialmente sobre aspectos nuevos de internet, informes sobre la profesión y libros que explican la historia del periodismo y el avance hasta la actualidad.

Posteriormente todo ha sido maquetado con el programa QuarkXPress, el cual ha sido muy trabajado durante todo el grado para la maquetación de diferentes noticias y reportajes, más en concreto en la asignatura de “Redacción en prensa”. Hemos elaborado la maqueta y sobre ella hemos trabajado también la edición de las fotografías, acorde con las competencias adquiridas en la asignatura sobre esta misma temática.

Fuentes consultadas

Para la realización del reportaje, la principal fuente ha sido la propia experiencia ya que el autor del reportaje forma parte del medio de comunicación en el que se centra el reportaje. Se trata del reflejo en primera persona del emprendimiento lo cual dota de más detalles el propio reportaje. Además se han consultado diversas fuentes tanto a nivel de experiencia como a nivel técnico para tener en cuenta otros aspectos necesarios para la elaboración de un reportaje completo. Las fuentes han sido tanto directas como indirectas.

Desde protagonistas de la prensa local en Dos Hermanas hasta la Oficina de Emprendimiento en el CADE de la localidad nazarena para abordar el tema en cuestión. Igualmente a dos fuentes se le ha realizado una entrevista más completa debido a la información que puede aportar al reportaje.

Estas fuentes guardan relación con algunos de los aspectos del reportaje centrándonos principalmente en el emprendimiento, el periodismo local y las nuevas tecnologías.

-Pepe Santos

Periodista, formador, conferenciante y Community Manager. Es socio y fundador del Grupo Blogosur Comunicación, empresa dedicada a la comunicación y más concretamente a las redes sociales. Ha sido consultado por esta cuestión y el avance de las redes sociales en el mundo empresarial. Llevan siete años ofreciendo estos servicios y llevando la comunicación de decenas de empresas y entidades. Además se le ha realizado una entrevista acerca de esta actualidad y del papel que juegan actualmente las redes sociales en el periodismo.

También ha sido cuestionado por el emprendimiento y los objetivos alcanzados en comunicación por su empresa. Reflexiona acerca del crecimiento paulatino de la importancia de las redes sociales así como el decrecimiento de los blogs y páginas webs en las empresas. Blogosur nació como agencia de comunicación y atesora un directorio de blogs que va decayendo según pasan los años en detrimento de las redes sociales donde los usuarios vierten su opinión.



Además, Pepe Santos realiza cursos sobre Community Manager y consultoría en comunicación.

-Sergio Maya

Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Pablo de Olavide, y en el plano periodístico es cofundador de Dos Hermanas Info TV, director de Cíngulo y Esparto TV, presentador del programa Sí a los Toros en Neo FM. Esta fuente ha sido consultada por ser cofundador del medio de comunicación analizado en el reportaje, Dos Hermanas Info. Además ha sido entrevistado más en profundidad para conocer de primera mano las barreras y el avance de este medio. También su actualidad y el futuro.



-Paco Gil

Este experimentado periodista es el director del primer portal digital de Dos Hermanas, doshermanasdiariodigital.com. Fue redactor del diario “El Correo de Andalucía” desde 1983 hasta 1990, jefe de las Secciones de Sevilla, Provincia, Sociedad y Sucesos, y Cultura desde 1991 hasta 2002. También desde octubre de 2005 y hasta febrero de 2006 formó parte del equipo de periodistas que integra la Oficina del Portavoz del Gobierno Andaluz. Actualmente es profesor en el grado de Periodismo en la Universidad EUSA. En definitiva, la voz de la experiencia en Dos Hermanas.



Paco ha podido aportar su visión de la comunicación en Dos Hermanas así como su trabajo, siendo pionero en Dos Hermanas con la creación de un medio digital. Además explicó cómo está avanzando el periodismo en referencia a las nuevas tecnologías desde la visión de profesor en EUSA donde palpa de primera mano las inquietudes del propio alumnado así como las ideas que le transmiten. También en Dos Hermanas cómo trabaja en un medio digital la diferente forma de escribir, de comunicar y el trabajo en redes sociales, que él mismo reconoce que es tan importante para atesorar un buen número de visitas y hacer el contenido muy visible.

Bibliografía

Libros

- García Estévez, N. (2012). *Redes sociales en Internet*. Madrid: Universitas
- López Hidalgo, A. (2002). *Géneros periodísticos complementarios*. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- Jaraba, G. (2014). *Periodismo en Internet*. Robinbook
- Izquierdo Labella, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Madrid: Fragua.
- Francés, M. (2014). *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa.

Enlaces web

- Expansion. (2013). *España deja atrás 2013, crónica de un año de sombras... y luces*. [Acceso el 16 Jun. 2016]:
<http://www.expansion.com/2013/12/18/economia/1387360918.html>
- Boe.es. (2016). *BOE.es - Documento consolidado BOE-A-2013-10074*. [Acceso 16 Jun. 2016]: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-10074>
- Fape.es. (2015). *Informe de la Profesión Periodística 2015: se frena la destrucción de empleo y crece la facturación de los medios*. [Acceso 16 Jun. 2016]: <http://fape.es/informe-de-la-profesion-periodistica-2015-se-frena-la-destruccion-de-empleo-y-crece-la-facturacion-de-los-medios-y-la-inversion-publicitaria/>
- Marketing-xxi.com. (2016). *III. ¿Qué es el SEO?* | *marketing-xxi.com*. [Acceso 16 Jun. 2016]: <http://www.marketing-xxi.com/seo.html>

Anexo 1

Sergio Maya, codirector de Dos Hermanas Info

-En primer lugar, ¿cómo ves la comunicación en Dos Hermanas?

La comunicación en Dos Hermanas se basa principalmente en la tirada en papel, con la edición de dos medios bastantes consolidados y seguidos en la ciudad como son el Nazareno y la Semana. Además de ellos, está un medio digital Dos Hermanas Diario Digital, el cuál nació poco antes de Dos Hermanas Info y que se está asentando en la ciudad.

Para ser una ciudad con 132.000 habitantes llama la atención que no tenga una televisión y una emisora de radio con información diaria, ya que la radio existe pero se basa principalmente a poner música y a emitir algún evento en directo. En mi opinión creo que la llegada de estos medios nuevos, Dos Hermanas Diario Digital y nosotros, han sido muy necesarios para la ciudad, ya que los clásicos se han preocupado por abrir su página web y sus redes sociales a raíz de nuestro auge en la ciudad.

-¿Qué oportunidad de negocio viste en Dos Hermanas para crear un medio de comunicación?

Al ver que yo había finalizado mi carrera y no tener otra opción laboral, pensé en la idea de conjugar mis estudios en Administración y Dirección de Empresas con mi afición al periodismo y decidí junto a un socio y amigo, Fran Vergara, emprender en el mundo del periodismo.

En un principio vimos como podíamos encontrar nuestro nicho de mercado formando un periódico escrito independiente y que fuese crítico con el gobierno local, ya que tanto el Nazareno como la Semana no son tan críticos y se centran más en las noticias culturales. Al ver que era deficitario el papel, pasamos a la web dónde vimos que era más fácil competir al no haber ningún medio consolidado, aunque sin duda el embarcarnos en la televisión online fue lo que nos ha abierto de verdad nuestro nicho de mercado, ya que somos el único medio que ofrece contenido audiovisual en Dos Hermanas.

-¿Qué barreras han aparecido a lo largo del recorrido realizado por Dos Hermanas Info?

La primera barrera y principal ha sido la de la financiación. Los comienzos siempre son duros y el arrancar cuesta, y más si nadie te conoce y habiendo una competencia tan dura y con tanto tiempo en el municipio. Gracias a nuestro trabajo diario y a los eventos retransmitidos hemos sido capaces de ganarnos la confianza de varias empresas para que apuesten por nosotros.

La segunda barrera fue el propio Ayuntamiento. Trabas por no ofrecer información requerida, no concedernos entrevistas, por no ofrecer los permisos necesarios a tiempo para instalar los andamios para la Semana Santa 2015, o no permitirnos la entrada en el Teatro Municipal, por ejemplo, por no estar consolidados. Se está superando esta barrera poco a poco y a día de hoy ya no sufrimos estas dificultades aunque todavía nos cuesta algunos asuntos.

Otra dificultad ha sido el encontrar un equipo de trabajo que sienta pasión por el periodismo y que esté capacitado para desempeñar una buena labor, pero por suerte todos nuestros compañeros han sido grandes profesionales y muy involucrados en el proyecto.

-¿Qué importancia tienen las redes sociales?

En el mundo actual una importancia vital. Si un medio de comunicación no tiene Twitter o Facebook principalmente no existes. Las redes sociales se puede decir que son la base del "éxito" actual de Dos Hermanas Info.

-¿Cómo surge la idea de crear una televisión por internet?

La idea surge tras conocer a unas personas que se dedicaban a retransmitir por streaming los partidos del Real Betis FSN en Dos Hermanas, fue entonces cuando nos sentamos y vimos que en Dos Hermanas hacía falta una televisión y aprovechando la salida extraordinaria de Nuestro Padre Jesús Cautivo de Dos Hermanas decidimos apostar por realizarlo nosotros mismos, hablamos con las mismas personas del fútbol sala llegamos a un acuerdo con ellos y nos metimos a preparar el directo, así como la venta de publicidad. Tanto el directo como la publicidad salió bien y apostamos por la Romería de Valme, y a continuación la Cabalgata de Reyes, y tras ver la acogida de todas estas retransmisiones, tanto de audiencias como económicas decidimos apostar por "Dos Hermanas Info TV".

-¿Es el streaming el futuro de la televisión?

Sí, de hecho cada vez se consume más e incluso en las teles nacionales.

-La retransmisión de la Semana Santa 2015 fue un punto de inflexión, ¿estás de acuerdo?

Puede ser un punto de inflexión al ser la primera vez que nos enfrentábamos a un directo prolongado durante una semana y que tuvimos que solventar muchas dificultades, por ejemplo los permisos para instalar las estructuras, la colocación de las cámaras, la ubicación desde dónde emitir, hacernos con los equipos necesarios, cuadrar el presupuesto, etc.

Quizás fue el momento en el que de verdad entramos en Dos Hermanas y nos demostramos a nosotros mismos que éramos capaces de todo lo que nos propusiéramos.

-¿Pensabas que llegarías a alcanzar 191.000 visitas mensuales cuando comenzaste el proyecto?

Siempre sueñas con llegar a estas cifras, pero evidentemente hace tres años no me lo imaginaba. Esas 191.000 visitas es fruto de un trabajo durante los 365 días del año y las 24 horas del día, ha sido una inyección de moral importante.

-¿Cuál es el futuro de Dos Hermanas Info?

¿El futuro? Ojalá lo supiera, pero apuesto por un crecimiento superior y un salto de calidad en todo lo que hagamos. Día a día nos daremos cuenta de cuál puede ser nuestro futuro y que es lo que nos va demandando nuestros clientes, patrocinadores y público.

-¿Existe la posibilidad de expandir este modelo a otros lugares?

Sí, si se nos propone una oportunidad que veamos factible creo que sí podríamos exportar este modelo a otros municipios.

Anexo 2

Entrevista a Pepe Santos, CEO de Blogosur, agencia de comunicación

-¿Qué importancia tienen las redes sociales en el mundo de la comunicación?

Importancia toda y más aún. Hace poco me dijo un director de un reconocido medio de comunicación que las noticias tienen que lanzarse primero en Redes Sociales, luego en la web y por último en prensa. Como vemos la importancia de las redes es prioritaria en la comunicación actual de cualquier medio.

-¿Qué papel juegan en esta llamada “crisis del periodismo”?

Pues más que hacer daño pienso que todo lo contrario. El periodista digital es hoy día el más demandado. Y si eres periodista y no te reciclas, tendrás pocas salidas laborales. Los ‘todoterrenos’, aquellos que dominan distintas materias digitales, son y serán los periodistas que ocupen los mejores puestos en los medios de comunicación.

-¿Qué red social es más útil para un medio de comunicación generalista? ¿Hay diferencia con un medio local?

Sin duda Twitter. Por su versatilidad, agilidad y funcionalidad. Hoy día, cualquier cosa de relevancia que ocurra en el mundo, tiene a Twitter como el mejor canal de comunicación.

-Las redes sociales están en constante cambio, ¿hacia donde crees que se dirigen respecto a la comunicación? Ahora vemos el auge de Periscope o Facebook Live...

El futuro más próximo de las Redes Sociales pasa por las retransmisiones en directo, como Periscope o Facebook Live. Asimismo, hay que tener muy en cuenta la gran apuesta millonaria de Facebook en la realidad virtual. Por ahí están marcadas las líneas del futuro de las Redes Sociales.

-¿Son las redes sociales el llamado “periodismo ciudadano”?

(Risas)... Recuerdo esa expresión hace más de diez años cuando los blogs irrumpían en nuestro día a día. Bien es cierto que hay grandes tuiteros que actúan

como buenos periodistas, pero como siempre digo, lo que diferencia a un buen o mal periodista son sus fuentes y credibilidad al dar noticias. Todo lo demás da igual que se le llame de una u otra forma.

-Hasta que punto, las redes sociales y la participación de la ciudadanía puede afectar negativamente al periodismo al catalogarse por muchos como intrusismo laboral...

No lo creo. El ciudadano sabe distinguir una información en una red social lanzada por un tuitero con una noticia publicada por un medio de comunicación. La credibilidad, como decía anteriormente, de un medio de comunicación está por encima de cualquier información rápida enviada por un tuitero. No olvidemos que al mes se 'mata' en Twitter a algún famoso y hay gente que cuela sin contrastar lo que lee. Cuidado con eso. Aunque estoy convencido que los ciudadanos, en su mayoría, son inteligentes.

-Son pocos los medios de comunicación que tienen a una persona especializada en redes sociales. ¿Crees que es fundamental? ¿Por qué?

¡Y tanto que es fundamental! Un medio de comunicación no se puede permitir tener al frente de sus redes sociales a trabajadores que no están profesionalizados en esta materia 2.0. Un medio que no tenga una estrategia digital establecida difícilmente podrá tener éxito en la era en la que vivimos.

-Las redes sociales son... ¿periodismo o marketing? ¿Por qué?

(risas)... ¡Muy buena pregunta! Pues Son un poco de las dos cosas. Tienen parte de periodismo (enviar y compartir información) y también buena parte de Marketing (hay que saber comunicar, no todo vale). La clave del éxito en las redes está precisamente en saber combinar periodismo o información y Marketing. Si tienes una buena noticia y encima sabes comunicarla de forma atractiva ¡eres el rey!